

# Marketingový plán a plán činnosti Sdružení Český ráj na rok 2020

**Cíl: Podpora témat pro hlavní cílovou skupinu, témat která směřují k hlubšímu poznávání regionu (prodloužení délky pobytu návštěvníků).**

## Hlavní marketingové téma

- Pohádkový Český ráj

## Další podporovaná témata/produkty

- Po stopách Albrechta z Valdštejna
- Skalní města České republiky
- Regionální produkt Český ráj
- Cyklobusy Český ráj + další propagace šetrných forem
- Geopark Český ráj
- Greenway Jizera

## Cílové trhy

- DCR: Středočeský kraj, Praha, Liberecký kraj, Královéhradecký kraj, Ústecký kraj
- Zahraničí: Německo, Polsko, Slovensko

## Cílové skupiny

- Rodiny s dětmi
- Senioři
- Školy

## Marketingová témata

### 1) Pohádkový Český ráj

- hlavní marketingové téma pro rok 2020
- návaznost na hlavní téma agentury Czechtourism – Hrady a zámky
- za pověstmi Českého ráje, pohádkové prohlídky, filmová místa, ...

- hlavní akce: Zahájení turistické sezony, Jičín město pohádky,..
- zjednodušení pravidel pověstí
- optimalizace webové prezentace „Český ráj dětem“
- prezentace tématu na sociálních sítích
- prezentace tématu v letních turistických novinách
- aktualizované vydání cestomapy, pověsti na MP3 (poslech)
- realizace presstripu

*Cílová skupina: rodiny s dětmi (do 10 let)*

## **2) Po stopách Albrechta z Valdštejna**

- společný projekt turistických regionů Český ráj, Jizerské hory, Máchův kraj a Lužické hory – prezentace míst spojených s postavou vévody AV
- optimalizace webové prezentace
- komunikace na sociálních sítích především FB (akce, výlety)
- prezentace tématu v turistických novinách, inzerce
- aktualizace tištěného materiálu – brožura
- pořízení propagačních předmětů
- realizace presstripu

*Cílová skupina: rodiny s dětmi (od 6 let)*

## **3) Skalní města České republiky**

- spolupráce v návaznosti na marketingový plán projektu
- příspěvky na web, Instagram, facebook

## **4) Regionální produkt Český ráj**

- zvyšování povědomí turistů i místních obyvatel o projektu
- přestavba webové prezentace
- krátká videa s regionálními výrobci (min. 10)
- certifikace (leden), recertifikace
- komunikace na FB (zvýšení sledovanosti)

## **5) Geopark Český ráj**

- společná propagace geoturismu jako šetrné formy cestovního ruchu
- geopark součást nabídky TO

## **6) Greenway Jizera**

- předání majetku obcím
- aktualizace a rozvoj webu a facebookového profilu
- vydání Vodáckého průvodce v ANJ
- zapojení podnikatelského sektoru do fondu (jednání leden 2020)
- organizace cyklojízdy (září 2020)

*Cílová skupina: aktivní návštěvníci*

## 7) **Cyklobusy a šetrné formy CR**

- leták s jízdními řády
- vytvoření tipů na výlety v návaznosti na jízdní řády (videospoty)
- online kampaň na cyklobusy
- desatero odpovědného návštěvníka – osvěta

## Marketingové nástroje

### 1) **Veletrhy a prezentační akce 2020/2021**

<b>Veletrh, prezentační akce</b>	<b>Termín</b>	<b>Účast</b>
Regiontour Brno	16. 1 – 19.1.	Vlastní stánek Jičina
ReiseMarkt Drážďany	31. 1. - 2. 2.	A. Stillerová, s LK
Holiday World Praha	13. – 16. 2.	Jičín, SČR, s KHK
EuroregionTour Jablonec	6. – 7. 3.	SČR
Infotour Hradec Králové	13. – 14. 3.	Jičín
For CARAVAN	13. – 15. 3.	LK?
For Bikes Praha	20. – 22. 3.	Jan Mertlík
Konvent´a Löbau	25. – 26. 4.	A. Stillerová s LK
Liberecký jarmark	červen	SČR
TC lipsko	listopad	?

### 2) **On-line**

- **Web**
- aktualizace a optimalizace webových prezentací v souladu s moderními trendy postupný redesign webů, přestavba webu [www.regionalprodukt.cz](http://www.regionalprodukt.cz), aktualizace ostatních produktových webů – začlenění pod hlavní web [www.cesky-raj.info](http://www.cesky-raj.info)

- **Facebook – provoz 3 profilů** (stav k 16. 12. 2019)
- Český ráj - 8 943 fanoušků – **cílový stav 10 000**
- Regionální produkt Český ráj – 671 fanoušků – **cílový stav 1 000**
- Greenway Jizera – 332 fanoušků – **cílový stav 600**

### **Instagram**

- @ceskyrajcz
- 1661 sledujících – cílový stav **2.000**

### **Další**

- Plnění youtube kanálu
- úprava aplikace pro Český ráj
- PPC kampaň na cyklobusy
- Rozvoj spolupráce s influencery

## **2) Ediční činnost**

- Turistické noviny Český ráj (květen, 15.000 ks)
- Dotisky a aktualizovaná vydání letáků k produktovým nabídkám - pěší, cyklo, film, bezbariéry (duben)
- mapy oblastí (?)
- Cestomapa
- Materiál k produktu Po stopách Albrechta z Valdštejna
- Leták k cyklobusům

## **4) Presstripy**

- zaměření na Pohádkový Český ráj a Albrechta z Valdštejna
- organizace min. jedné vlastní akce
- spolupráce s kraji a zahraničními zastoupeními CzechTourism

## **5) PR**

- pravidelné vydávání tiskových zpráv o aktuální činnosti Sdružení (cca 1 za měsíc)
- min. 2. články o Sdružení jako oficiální DMO

## **Další činnosti:**

### **1) Passportizace informačního systému a stavu pěších tras**

- ve spolupráci se zástupci obcí
- prezentace stavu a dalšího postupu na Projektové skupině Český ráj

## 2) Obhajoba certifikace CzechTourism

- říjen 2020, podmínka pro získání krajských i dalších dotací

## 3) Analytická činnost

- monitoring návštěvnosti IC
- monitoring návštěvnosti cílů a akcí (ve spolupráci s IC)
- monitoring údajů ze sčítačů (ve spolupráci s CHKO)
- monitoring údajů od HUZ (počet přenocování, kapacity)
- monitoring návštěvnosti webu a sociálních sítí

## 4) Koordinace činností pracovních skupin

- **Marketingová skupina Český ráj** – 2 jarní, 2 pozdní setkání, zapojit podnikatelský sektor
- **Regionální produkt Český ráj** – certifikace (leden), jarní a podzimní recertifikace,  
Setkání regionálních výrobců (únor)
- **Projektová skupina Český ráj** – 1 podzimní setkání
- **Setkání podnikatelů k fondu GWJ** – leden 2020

## 5) Rozvoj partnerství

- Pokračování v rajonizaci (dokončení SČK, dohody s obcemi v LK a KHK)
- Rozšiřování členské základny (obce v jádrovém území, hotely)

Okruh aktivit	Začátek roku 2020	Konec roku 2020	Splněno/Nesplněno
<b>Aktivita Facebook Český ráj</b>			
Navýšení FB základny	8 950	10 000	
Dosah na FB	32 800	45 000	
Výše financí vložených do reklamy	-	5.000 Kč	
<b>Facebook Regionální produkt</b>			
Navýšení základny	678	1000	
Dosah na FB	5600	7000	
<b>Aktivita Instagram</b>	<b>Začátek roku 2020</b>	<b>Konec roku 2020</b>	<b>Splněno/Nesplněno</b>
Navýšení Instagram základny	1 661	2 000	
Dosah na Instagramu	6 600	9 000	
Výše financí vložených do reklamy	-	-	
Počet instatripů	-	Min. 1	
<b>Aktivita Turistický portál</b>	<b>Začátek roku 2020</b>	<b>Konec roku 2020</b>	<b>Splněno/Nesplněno</b>
Turistický portál - návštěvy	365 041	Min. 600 000	
Turistický portál - uživatelé	344 188	Min. 600 000	
Turistický portál – průměrná doba	71,1s	Min 90,5 s	
Výše financí vložených do reklamy (S-Klik, Adwords, bannery)	-		
<b>Aktivita Akce, veletrhy, presstripy</b>	<b>Začátek roku 2020</b>	<b>Konec roku 2020</b>	<b>Splněno/Nesplněno</b>
Počet presstripů	-	Min. 2	

Počet veletrhů a prezentačních akcí	-	Min. 7	
<b>Aktivita Ediční činnost</b>	<b>Začátek roku 2020</b>	<b>Konec roku 2020</b>	<b>Splněno/Nesplněno</b>
Počet druhů vydaných propagačních materiálů	-	5	

Zpracovala: Jitka Kořínková, leden 2020